

This Page Is Inserted by IFW Operations  
and is not a part of the Official Record

## **BEST AVAILABLE IMAGES**

Defective images within this document are accurate representations of the original documents submitted by the applicant.

Defects in the images may include (but are not limited to):

- BLACK BORDERS
- TEXT CUT OFF AT TOP, BOTTOM OR SIDES
- FADED TEXT
- ILLEGIBLE TEXT
- SKEWED/SLANTED IMAGES
- COLORED PHOTOS
- BLACK OR VERY BLACK AND WHITE DARK PHOTOS
- GRAY SCALE DOCUMENTS

**IMAGES ARE BEST AVAILABLE COPY.**

**As rescanning documents *will not* correct images,  
please do not report the images to the  
Image Problem Mailbox.**

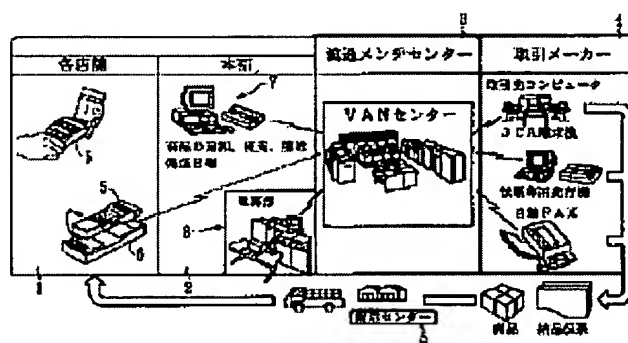
## MERCHANDISE DISTRIBUTION SYSTEM

**Patent number:** JP11025362  
**Publication date:** 1999-01-29  
**Inventor:** KURIYAMA TAMIYOSHI  
**Applicant:** JIYAKOSU:KK  
**Classification:**  
 - international: G07G1/12; G06F17/60; G07G1/14  
 - european:  
**Application number:** JP19970173690 19970630  
**Priority number(s):**

### Abstract of JP11025362

**PROBLEM TO BE SOLVED:** To provide a merchandise distribution VAN system for appropriately grasping information on high demand merchandise as well for as simplifying the merchandise distribution in an open price time when retailers decide a merchandise price.

**SOLUTION:** In a merchandise distribution system for accepting an order of merchandise and placing an order on the basis of a JAN code attached to a product, this distribution system makes comparison of information on high demand merchandise in a shop 1, which distinguishes products by the classification and sells them in every divided area, with the information on merchandise of high demand at the shop 1 concerned, and at the same time consists of shop 1 for selling products, a head office 2 for purchasing products from a manufacturer 4 and a distribution maintenance center 3 for sending out a merchandise request from the shop 1 to the head office. Then, the distribution maintenance center 3 detects and registers a new production from the shop 1 by utilizing a JAN master consisting of JAN code.



Data supplied from the esp@cenet database - Worldwide

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号

特開平11-25362

(43) 公開日 平成11年(1999) 1月29日

(51) Int.Cl. <sup>8</sup>	識別記号	F I
G 0 7 G 1/12	3 4 1	G 0 7 G 1/12 3 4 1 B
G 0 6 F 17/60		1/14
G 0 7 G 1/14		G 0 6 F 15/21 3 3 0

審査請求 未請求 請求項の数 3 O L (全 11 頁)

(21) 出願番号 特願平9-173690

(22) 出願日 平成9年(1997) 6月30日

(71) 出願人 597092059

株式会社ジャコス

東京都港区芝公園2-6-15黒龍芝公園ビル

(72) 発明者 栗山 民毅

東京都港区芝公園2-6-15黒龍芝公園ビル 株式会社ジャコス内

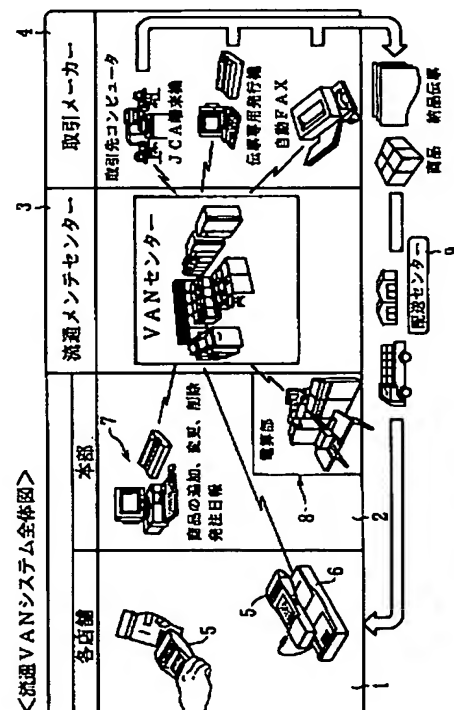
(74) 代理人 弁理士 佐々木 功 (外1名)

(54) 【発明の名称】 商品流通システム

(57) 【要約】

【課題】 小売業者側が商品の価格を決定するオープン価格時代において、商品の流通を簡略化すると共に商品の売筋情報を的確に把握する商品流通VANシステムを提供する。

【解決手段】 商品に付されたJANコードに基づいて商品の受注及び発注を行う商品流通システムにおいて、商品を分類毎に区分けして、分割した地域毎に売られている店舗での売筋情報と当該店舗で売られている売れ筋情報との比較を表示するようにすると共に、商品を販売する店舗と、商品をメーカーから仕入れる本部と、店舗からの商品リクエストを本部に発注する流通メンテナンスセンターとからなり、流通メンテナンスセンターは、店舗からの新商品の登録をJANコードからなるJANマスターを利用して検索して登録するようにする。



## 【特許請求の範囲】

【請求項 1】 小売業者側で商品の販売価格を決定するオープン価格制度を採用した流通機構において、商品に付された J A N コードに基づいて商品の受注及び発注を行う商品流通システムであって、商品を前記 J A N コードに基づいて分類毎に区分けし、且つ商品を販売する特定地域を分割した分割地域で販売されている商品の売筋情報と、同一の分割地域内の特定の店舗で販売されている同一商品の売筋情報とを売り上げ順位に比較して表示するようにしたことを特徴とする商品流通システム。

【請求項 2】 小売業者側で商品の販売価格を決定するオープン価格制度を採用した流通機構において、複数の小売業者側のそれぞれの商品台帳に J A N コードを付与した新商品の商品情報を蓄積する商品流通システムであって、前記新商品の J A N コードの入力は、流通している商品に付された J A N コードを商品の分類毎に区分けしてある J A N マスターから抽出して行い、前記商品台帳に登録するようにすると共に、該抽出された新商品の J A N コードに基づく商品情報は、他の小売業者側の商品台帳にも登録できるようにしたことを特徴とする商品流通システム。

【請求項 3】 前記新商品に付されている J A N コードの登録と同時に、該 J A N コードの商品情報は商品に付されている商品コード及び棚ラベルにも使用できるように、前記新商品の商品名称をカタカナ及び漢字で出力できるようにしたことを特徴とする請求項 2 に記載の商品流通システム。

## 【発明の詳細な説明】

## 【 0 0 0 1 】

【発明の属する技術分野】 本発明は、商品流通システムに関するものであり、詳しくは小売業者側で商品の価格を決定するオープン価格時代において小売業者側で効率のよい新商品の登録及び発注を行うようにした商品流通システムに関する。

## 【 0 0 0 2 】

【従来の技術】 従来からの商品流通システム、即ち、メーカー側が価格を決定するメーカー定価（希望小売価格）という慣習は崩壊してきている。具体的にはメーカーが価格決定権を放棄し、小売業者側に価格決定権を委譲するというオープン価格の時代になってきているからである。このことは過去において長く続いた常識の崩壊を意味すると同時に、全く逆転した新しい常識の到来を求めるものとなる。

【 0 0 0 3 】 価格決定権がメーカー側から小売側へ移行するということは、メーカー側の「希望小売価格」に代わって、小売側が「希望仕入価格」をメーカー側に提示するという従来と逆転した取引形態となる。本願発明はこの点を出発点としている。

【 0 0 0 4 】 ここでも、「売手側は高く、買手側が安く取引したい」という市場原理が働き、その主導権をどち

らがとるかということは重要な意味を持つ。

【 0 0 0 5 】 買手側（小売側）が仕入価格を売手側（メーカー、問屋）に提示する場合において、小売側で決定する売価と原価には緊密な関連（方程式）が成り立っているという事実がある。この方程式が成立するためには商品別並びに商品のジャンルにより、荒利率は固定しているであろうという事実に着目しなければならない。即ち、小売側は値入率（荒利率）を常に考慮しつつ売価を設定しているという事実である。従って、小売側が提示する希望仕入価格＝販売価格（オープンプライス）ということになる。オープンプライスにすると、安く仕入れられれば、そのぶん安く販売でき、消費者の支持を得られることになる。更に追求すると、オープンプライスは、即ち、オープンコスト（原価）のことであり、従来から一般化されてきた「原価の秘密」に相反するものである。又、このオープンプライスはナッシングプライス（価格ナシ）と同意語である。このようにして小売側で決定されるオープンコストは業界共通の「原価の指標」、即ち、羅針盤が必要となる。

【 0 0 0 6 】 このようにオープン価格時代は、零細且つ弱体であった小売業者に対し、古くからある「マージンはメーカーが与えるもの」という考え方に反して、小売業者が存在価値を高めるにつけ、「マージンは力量でメーカーから奪取するもの」という大量販売思想へと進展している。そして、今後は小売業者は消費者の代弁者として、「希望仕入価格」を売手側に提示し、価格決定権を消費者サイドに移行させるのである。もっと簡潔に表現するならばメーカー主導の価格決定方式から、小売主導の価格決定方式に移行するということである。

【 0 0 0 7 】 さて、小売主導の価格決定方式に移行すると、個人の欲求に源を発する情報が重要となる。この情報には巨大なパワーが潜んでおり、且つ情報を集めれば集めるほど有利になりエネルギーとなる相対情報（比較情報とも云う）に価値が存在する。具体的には、個人個人で買うよりも多くの人がまとめて買うほうが安く買えるというパワー、一企業で買うよりも多くの企業が集まって大量に購入するほうがより安く買えるというパワーが発生する。尚、相対情報に対して、特定の小売業者のみの情報を絶対情報という。

【 0 0 0 8 】 このようにして、多くの小売業の仕入情報を集めれば集めるほど情報の価値は向上し、その集積された情報（相対情報）は流通業全体で活用可能な羅針盤（指標）となる。

【 0 0 0 9 】 相対情報から羅針盤（指標）を作成するためには、先ず多くの小売業の仕入情報を集めなければならない。流通 V A N は仕入情報を集めるためのネットワークであり、小売業に設置した端末機（P O S）により通信回線を軽油して V A N センターに発生情報という形で情報を集積させる。

【 0 0 1 0 】 集積された情報に基づいて羅針盤を作成す

## 3

るシステムとして、流通業診断システムがある。この流通業診断システムは、集積された情報を分析して売筋商品、死筋商品、原価及び売価の平均値を作成し、当該情報（全体情報）と特定企業情報（個別情報）とを比較する。このようにして比較すると小売業の場合は、自社の商品の価格は他の小売業が販売している商品価格全体と比較することができ、売筋商品の品揃えは良いか、死筋商品の状態、そして売価の設定、原価の善し悪し等のチェックができる。ここで表示される「原価の平均値」が指標であり羅針盤となる。この原価の平均値の数値は小売業全体の平均値であり、尺度でもありモノサシとなる。小売業者側は、この「原価の平均値」を基に希望仕入価格を売手側に提示して売価が決定される。これが原価によって売価が決定される小売主導の価格決定方式である。

【0011】この「原価の平均値」に基づいた商品の診断方法には、診断システムと商談システムの2通りがある。

【0012】診断システムは、紙等に出力したデータを全体的にチェックする手法であり、過去の実績の総合評価には有効的である。

【0013】商談システムは、端末機の画面でリアルタイムに単一品目別にチェックする手法であり、商談の都度リアルタイムに単品毎に診断情報をチェックできるので未来対応型の性格を有する。情報は過去に対応するよりも未来に対応できるほうが、より一層高い価値を生み出すため、この商談システムによる情報は極めて高い価値を有する。

【0014】一方、オープン価格時代になった背景には、物流する商品の値段が情報量（注文量）で決まり、需要と供給の関係では決まらなくなってきているという現象がある。即ち、物の値段は需給バランスで決定されている時代から、供給力は常に需要を上まっており、需給がバランスすることがない状態となっている。そして、常に「供給力<需要」という不等式が成立しており、この不等式はバランスすることがない。従って、情報量がまとまればまとまるほど、生産コストも物流コストも低下して行くので物価は下がる。何故ならば、製造過程における合理化、オートメーション化、国際的分業化等が進展し製造原価は低下させることができる基盤ができてからである。

【0015】さて、このようにしてオープン価格時代においては情報量に基づいて商品の値段が決まるとすれば、膨大な情報量を必要とする小売業の仕入業務は機械的に処理するオンライン発注に切り替え、情報化しなければ、上記説明した診断システムや商談システム等の活用は不可能というべきである。このようなオンライン発注及び情報化を達成する業務をVAN業務と呼ぶ。このVAN業務を駆動させるために構築したシステムを商品流通システムと呼ぶ。

## 4

【0016】商品流通システムを遂行するためには、先ず、商品台帳からなる商品マスターを完備しなければならない。

【0017】この商品マスターは、商品名称、取引先名称、取引単位、納品日、担当者名、仕入原価、販売価格、発売日等の多くの種類の入力が必要であり、小売業における取扱い品種（アイテム）は数万種類にもなる。従って、商品マスターを管理運営するには、膨大な資力及び強固な経営体質が必要であり、資力及び経営体質の弱体な企業においては不可能である。

【0018】更に、この商品マスターの管理運営を困難にする要因として、原価・売価の頻繁な変更、新商品、特売商品等の多くの変化する情報への適応がある。

【0019】また、情報は常に変化するという性格があるので、一旦人為的に変化を停止させる必要もあり、入力がゼロの状態でVAN業務を稼働させることができれば最良の稼働方法となる。これを実現するために、変動項目は初期稼働では取り扱わないと云う限定稼働方式がある。

【0020】この限定稼働方式を採用するとしても、先ず解決しなければならないものは物流情報（即ち、注文情報）の改善である。物流情報の改善の1つの手法として、多くの入力すべき情報の中から物流上で必要な最低限の情報だけを入力するようにすることである。

【0021】具体的には、従来から小売業者側の物流は、商品棚を見ながら欠品状態にならないように発注する、いわゆる「小売業カンバン方式」、即ち、EOS（Electric Ordering System）ともいうべき発注形態を採用している。この発注形態は多頻度発注、多頻度納品の必要性に対応している。発注を受けた取引先は、指定された時間帯までに当該商品を店舗に納品しなければならない。

【0022】物流情報で必要なものは、取引先名、品名規格、数量、納品日だけであり、その他の情報は欠落しても何ら支障はない。この中で数量（発注数）は変動項目であるので、事前準備作業から除外でき、納品日も小売と取引先との約束事項であるので除外できる。

【0023】従って、取引先名と品名規格（業界共通のJANコード）の入力とそのリンク付け作業が残ることになる。

【0024】リンク付け作業とは、「A商品は甲取引先に発注する」という、小売と取引先との帳合という商取引上最重要な約束ごとであり、商品の品種が膨大であっても省略することができない作業である。従って、従来におけるリンク付け作業は単一商品毎にリンク付け作業を行う、いわゆる「単品リンク方式」で行ってきたが、この作業にも多大な労力を要していた。この問題を解決するために、注目したのが「一メーカー、一取引先」という業界の商慣習を活用することである。ここで、商慣習とか慣行とかの慣習は、双方のメリットから発生した

ものであり、商慣習を活用することによって大幅な省力化を図ることができる。何故ならば、商慣習は繰り返し使用するものであり、合理性を内蔵しているからである。

【0025】このように、単品毎にリンクする単品リンク方式に対して、メーカー単位で取引先にリンクする方式を「メーカーリンク方式」と呼ぶ。

【0026】ところで、このようなメーカーリンク方式を採用した商品流通システムを構築するVAN業務であっても、単に物流情報の個々の問題点を択一的に解決したにすぎず、診断システムで診断する範囲も限定されている。即ち、その範囲は売筋商品及び死筋商品の品揃えという範囲に限定されている。VAN業務においては、この物流情報の他に、売価、原価、粗利という企業活動のうえで重要な分野の診断もしなければならない。即ち、新商品が次々と発売されラッシュ状態になると、販売競争が激しくなると共に特売も含めて売価変更や原価変更等の商品メンテナンスが重要となる。

【0027】商品メンテナンスは、例えば新商品の発売時のメンテナンスをすることであり、メーカーにて付与された新商品のJANコードを登録し、それを全国的にある代理店（問屋）に配布する。このJANコードは、メーカー名、品名、規格からなる。JANコードの配布を受けた全国の問屋は、各自が別々に自社コンピュータへ入力し自社マスターのメンテナンスを実施し、更にはそのJANコードを当該問屋の取引先である多くの小売業に配布する。

【0028】JANコードの配布を受けた小売業者は、問屋と同様に各自が自社コンピュータへ入力し自社マスターのメンテナンスを実施する。更に、小売業者においては、POSのメンテナンスのために再度入力する。このPOSへの入力はカタカナの名称を、短縮して使用する。これに対して一般消費者が見て商品を識別確認できる棚ラベルは漢字である。従って小売業者におけるメンテナンスは少なくとも3回の入力作業が必要となる。

【0029】残るメンテナンスは、原価及び売価の取引条件と、担当者、指定配送場所、指定納品日、配送単位等の取引前提条件を入力して設定された条件のメンテナンスをすることである。ここで、取引条件とは商品毎に変動するものであり、取引前提条件とは一定期間は変動しないものである。

【0030】ここにおいてもメンテナンスの合理化のポイントは商慣習にあり、その1つは前述した「一メーカー、一問屋」という取引慣習から派生した「メーカーリンク方式」というグループ単位のリンク方式である。

【0031】もう1つは原価が決まれば、ある一定の値入れ率（荒利率）によって売価は自動的に決まると言う商慣習である。問屋とメーカーがリンクされているので、メーカー毎の荒利率を一度入力しておけば、原価を入力するだけで売価は自動的に算出される。

【0032】また、問屋とメーカーがリンクされているのでメーカー毎の荒利率を一度入力しておけば原価を入力するだけで、売価は自動的に算出されるシステムになっている。問屋にて卸値（小売りの仕入れ値）を専用の端末機に入力すれば小売側は確認するだけで売価が自動設定できるのである。

【0033】担当者、指定配送場所、指定納品日、配送単位等の前提取引条件は、問屋毎に決まっているので、一度だけリンク（入力）しておけば、次からは自動的に条件を設定したアウトプットが可能になる。

【0034】更に、既にVANマスターが整備されている小売業者側のメンテナンスは、より一層簡単に合理化できる。VANマスター（商品台帳等）の中に取引条件や前提取引条件が入っているため、これらの商慣習を逆リンク（逆に調査）すればあらゆる取引条件、取引前提条件は判別できる。これを「逆リンク方式」と云う。

【0035】要するに、一切の入力作業を行う必要がなく、取引条件や取引前提条件の調査やリンク作業も全て完了することになる。

【0036】このようにして流通業における合理的なメンテナンスシステムは必要不可欠であり、流通メンテナンスを活用することにより、流通関連企業の合理化と商品流通の円滑化、及びメーカーから新商品を発売してから消費者の購入までのリードタイムを大幅に短縮できることになる。

【0037】

【発明が解決しようとする課題】しかしながら、上記説明したメーカーリンク方式を採用するとしても、新商品がラッシュ状態で生産され発売されているため、全ての新商品のJANコードを入力する時間がかかると言う問題がある。

【0038】又、メーカーリンク方式を採用しても、ラッシュ状態で生産及び発売される新商品の売筋情報及び死筋情報を把握することができないと云う問題点がある。

【0039】更に、商品メンテナンスにおいても、小売業者においては、新商品のJANコードによるメンテナンス、POSのためのカタカナ入力業務のためのメンテナンス、棚ラベルのためのメンテナンスの3回のメンテナンス作業が必要であり、その入力件数は膨大なものとなっていると云う問題点がある。

【0040】従って、オープン価格時代において、JANコードが付与されている新商品の名称及び規格等についての入力を簡素化にすること、及び新商品の売筋情報及び死筋情報を容易に把握すること、及び商品メンテナンスにおいて商品の品名等の入力作業を合理化できるようにすることに解決しなければならない課題を有している。

【0041】

【課題を解決するための手段】上記課題を解決するために、本発明に係る商品流通システムは、小売業者側で商

品の販売価格を決定するオープン価格制度を採用した流通機構において、商品に付された J A N コードに基づいて商品の受注及び発注を行う商品流通システムであって、商品を前記 J A N コードに基づいて分類毎に区分けし、且つ商品を販売する特定地域を分割した分割地域で販売されている商品の売筋情報と、同一の分割地域内の特定の店舗で販売されている同一商品の売筋情報とを売り上げ順位に比較して表示するようにしたことである。

【0042】又、小売業者側で商品の販売価格を決定するオープン価格制度を採用した流通機構において、複数の小売業者側のそれぞれの商品台帳に J A N コードを付与した新商品の商品情報を蓄積する商品流通システムであって、前記新商品の J A N コードの入力は、流通している商品に付された J A N コードを分類毎に区分けしてある J A N マスターから抽出して行い、前記商品台帳に登録するようにすると共に、該抽出された新商品の J A N コードに基づく商品情報は、他の小売業者側の商品台帳にも登録できるようにしたことであり、前記新商品に付されている J A N コードの登録と同時に、商品に付されている商品コード及び棚ラベルにも使用できるように、前記新商品の商品名称をカタカナ及び漢字で出力できるようにしたことである。

【0043】このように、V A N 業務で使用する全ての種類の J A N コードが登録されていれば即時発注が可能になる。

【0044】又、全国の小売業者の中で最初の新商品の登録により、自動的に V A N 業務に使用可能な物流マスターを作成するようにすると、二番目からの小売業者はこの物流マスターをコピーすればよく、その都度新商品の商品情報を入力する必要性がなくなり、自然に増殖する、いわゆる自然増殖型マスターとすることが可能になる。

【0045】又、新商品の発売元であるメーカー側で一度だけ J A N コードを入力すれば、当該データは V A N 業務で必要とする問屋や小売業者は自動的にこの J A N コードをコピー等して使用することができるようになる。ここには P O S 用の短縮名称や棚ラベル用の漢字名称も自動的に出力させる、いわゆる P O S との一元化を図ることが可能になる。

【0046】このように J A N マスターを利用すれば、商品特有の商品情報、例えば漢字名称や価格を入力する手間が省け入力作業の簡略化が図れる。

【0047】さらに、登録したい新商品の商品情報が J A N マスターにない場合には、他の問屋及び店舗の商品台帳にある同一商品情報を利用して登録するようにしたことにより、商品に付されている J A N コードを 1 度だけ利用さえすれば商品流通システム内における各店舗及び問屋等で行う新商品の検索及び登録に使用できるようになる。

【0048】

【発明の実施の形態】次に、本発明に係る商品流通システムの実施の形態について、図面を参照して説明する。

【0049】商品流通システムは、従来技術で説明したようにオープン価格時代に即応したシステムとなっており、小売業者側で相対情報、即ち、消費者の欲求に源を発する情報を収集して商品の販売価格を決定する構成となっている。そのため、新商品の管理や既に販売されている商品のメンテナンス等は簡素化した入力作業で必要とする商品情報を入力することができるようになる必要がある。

【0050】本発明に係るオープン価格時代に適応できるようにした商品流通 V A N システムの特徴とするものは、商品のメンテナンスを簡素化したものであり、その主なものは、

漢字名称を含め新商品の登録作業を簡略化できるようにしたものである。

商品情報の登録を各店舗、本部（小売店を含む）、取引メーカー各社が行っていたのを一括して行うようにして発注までの準備を大幅に早くしたものである。

商談後、発注、販売までの準備作業の時間を大幅に早くしたものである。

特売に対応できる発注、販売までの準備の作業を改善したものである。

商談にて取引条件を決めるが各店舗と本部及び取引メーカーとの食い違いをなくするようなシステムを構築したものである。

特定地域、例えば関東地区における地域を所定のブロックに分割した分割地域における商品の全体の売筋情報と、同一分割地域における特定の店舗における売筋情報とを売り上げ順に比較して表示するようにしたものである。

【0051】上記 に関しては、J A N コードに基づいた漢字名称を含めた商品情報を取り入れ、小売業者や本部及び取引メーカーにて登録したイン・ストアコードも利用できるようにする。 に関しては、共通にできる商品情報は連動させることにより入力作業を省力化する。 に関しては、商談情報を E O S、P O S の商品台帳に連動させて準備作業を合理化させる。 に関しては、定番はもとより特売情報も合理化させる。 に関しては、商談情報を小売業者や本部の商品台帳、例えば量販店である店舗の E O S 台帳、P O S 台帳へと連動させるようにする。 に関しては、月毎の売筋商品診断表を作成する。

【0052】このような特徴を有する流通 V A N システムは、図 1 に示すように、量販店である店舗 1、例えばスーパーマーケットと、各店舗 1 に商品を卸す小売業者や本部 2 と、商品の売り筋や商品の流通及び価格を算定する流通メンテセンター 3 と、商品を製造する取引メーカー 4 とから構成され、流通メンテセンター 3 を介して回線で商品情報を逐次送受信できるようになってい

る。

【0053】各店舗1には、商品に付されているJANコードを読むハンディターミナル5が備えられており、このハンディターミナル5は充電機能及び通信機能を有する通信ユニット6に装着して流通メンテセンターと相互通信をする。尚、棚ラベル等を印刷する端末機器は省略されている。

【0054】本部2は、所謂電算システム等を備えており、各店舗1の商品の売筋等を判断したり、商品の追加、変更、削除、発注日報を作成して適宜流通メンテセンター3と相互通信をするパソコン等で構成された端末機器7と、各店舗1及び本部2の比較的大規模な情報を処理する電算部8とから構成され、この電算部8は流通メンテセンター3と相互通信できる構成となっている。

【0055】このようにして各店舗1はそれぞれの部署から流通メンテセンター3と相互に通信できる構成となっている。

【0056】流通メンテセンター3は、いわゆるVANセンターであり、JANコードの漢字名称を始めあらゆる商品情報を保有しており、また、新商品情報を含め日々発生する商品情報の内容を登録、更新する機能を備えている。

【0057】更に、漢字棚ラベル等の発行を行い、各取引メーカー4の商品情報と連動出来るため、商品情報を一元化することができ、この商品情報は取引メーカー4、卸、商社、本部2、量販店(店舗)1等の各現場にてメンテナンス作業を実施できるのである。

【0058】このような機能を有する流通メンテセンター3は、複数の本部2及び各店舗1からの商品の情報を取り入れ、商品台帳の作成及び売筋等の月報等の作成を行う。また、各店舗からの発注商品を特定の取引メーカー4に商品を代行して発注する。この代行した商品の発注は通信回線を介して行われる。

【0059】取引メーカー4は、流通メンテセンター3からの商品の発注を受け、納品伝票を発行すると共に、この発行伝票に基づいた商品を配送センター9に送る。

【0060】配送センター9においては、それぞれの取引メーカー4からの商品を取り入れ、指定された店舗に配送する仕分けを行う。仕分けされた商品は配送車に載せられて指定された各店舗1に納品される。

【0061】このようにして、各店舗1から商品のJANコードに基づく発注作業が発生すると、流通メンテセンター3を介して商品が各店舗1の手元に届くようになっている。

【0062】さて、上記説明したように商品の発注から納品までは、あたかもハンディターミナル5の操作のみで行うことができ、この操作の中には新商品を店に並べる場合、または並べたい場合にも適用できる。

【0063】図2は、小売業者や本部2と店舗1間で新商品の登録から商談、発注までをブロック図で示したも

のである。

【0064】先ず、複数の本部2はA本部2aとB本部2bで表わし、それぞれの本部2及び店舗1の商品台帳を流通メンテセンター3で備えている。

【0065】A本部2aが流通メンテセンター3の商品台帳に新商品を登録するには、ハンディターミナル5(図1参照)により新商品のJANコードを読み取り、流通メンテセンター3に送る。流通メンテセンター3において、A本部2aの商品台帳に登録する作業を行う。この登録する作業は、先ずJANマスター10の当該新商品のJANコードを検索する。

【0066】JANマスター10は、JANコードセンタにて商品を類型化して蓄積したデータベースであり、JANコードに基づいた商品情報、即ち、商品の漢字名称、価格帯等が蓄積してある。

【0067】JANコードは、8桁又は13桁の商品コードで構成されており、例えば最初の2桁は日本国を表すコード「49」であり、次の5桁が商品を製造するメーカー特有のコード、即ち、メーカーコードを表す構成となっている。例えば、図4に示す売筋商品診断表において、メーカーコード「01515」はキッコーマンであり、メーカーコード「03001」はヤマサ醤油であり、また、このメーカーを表すメーカーコードは単一のコードでなくとも複数のコードから構成してもよい。

【0068】このJANマスター10を検索して新商品のJANコードがあれば、その商品情報を新商品を紹介したA本部2aの商品台帳11aに登録して更新する。新商品の登録は、新商品が既に登録されていれば、そのJANコードから漢字名称、店舗向け原価等を抽出してA本部2aの端末機器7に返送する。

【0069】ここで、新商品がJANマスター10にない場合には、他の本部(ここではB本部2b)及び店舗1の商品台帳11b、11cから同一のJANコードの商品の検索を行い、その商品情報である漢字名称等を抽出してA本部2a用の新商品にしてA本部2aの商品台帳11aに登録して更新する。このようにすれば、新商品が出た場合には、流通メンテセンター3で把握できる本部2及び店舗1の商品台帳11a、11b、11cに登録された商品のJANコードを利用して、商品情報である新商品の漢字名称等を簡単に抽出することができるようになる。

【0070】このようにして登録された新商品を商品台帳11a、11b、11cに登録し、この登録された新商品に関する見積情報12を各店舗1に配信するようにすれば、この新商品はあたかも本部2a、2bから直接に多数の店舗1に新商品の紹介も兼ねた情報として流すことができる。この各店舗1に送信された見積情報12は、同一商品を問屋別に比較することができると同時に同一商品の売筋情報との比較ができる。店舗1側では、この見積情報12を参照して商談を行い、取引先、条件



等決定したら初回発注数等からなる商談情報 1 3 を登録する。登録された商談情報 1 3 は、ハンディターミナル 5 により流通メンテセンター 3 に送信され、店舗 1 の商品台帳 1 1 c に登録して更新される。

【0071】更新された商談情報 1 3 は、再び店舗 1 の端末機器 7 に送信され、この情報を受信した端末機器 7 は商談情報を受信して棚ラベル 1 4 を発行する。

【0072】一方、流通メンテマスター 3 の店舗 1 の商品台帳 1 1 c が更新されると、その更新された内容に基づいて発注データ 1 5 が作成され、決定された本部（実施例の場合は B 本部 2 b）に送信される。発注データ 1 5 を受信した B 本部 2 b 側の端末機器 7 は、漢字伝票を発行し、仕入伝票 1 6 を印刷して出荷の作業に入る。

【0073】ここで、店舗 1 において、商談をして発注する際には、図 3 に示すように、ハンディターミナル 5 と端末機器 7 を利用して行うことができる。店舗 1 側のハンディターミナル 5 及び端末機器 7 からの問い合わせに関するデータ 1 7 は、流通メンテセンター 3 の商品台帳 1 1 c と対照比較され、その結果は端末機器 7 に確認表示される。この確認表示されたものは、リストとして出力され、且つ問い合わせファイルを作成して同時にメンテナンス処理が施され、POS データ及び棚ラベル及び確認リスト 1 8 として出力される。同時に、このファイルの内容に基づいて本部 2 の商品台帳 1 1 b、1 1 c が更新され、メンテナンスデータとして本部 2 側に送信され、確認リスト 1 9 を出力する。

【0074】また、店舗 1 側からの通常の商品の発注、並びに特売及び定番の商品の発注は、ハンディターミナル 5 を介して流通メンテセンター 3 に送られる。この商品の発注を流通メンテセンター 3 が受け取ると、期間を確認して、店舗において特売又は定番である区別をして特売又は定番の商品の伝票 2 0、2 1 を作成して本部 2 側に送る。

【0075】一方、本部 2 側からの問い合わせは、ハンディターミナル 5 及び端末機器 7 を介して行うことができる。この問い合わせのデータを流通メンテセンター 3 が受け取ると、流通メンテセンター 3 の当該店舗 1 の商品台帳 1 1 c を検索し、その結果は端末機器 7 に確認表示 2 2 される。この確認表示された結果は、リストとして出力され、且つファイルに格納され、メンテナンス処理が施される。そして、棚ラベル及び確認リスト 1 9 として出力される。同時に、このファイルの内容に基づいて本部 2 の商品台帳 1 1 a 又は 1 1 b が更新される。

【0076】このようにして、店舗 1 側及び本部 2 側の商品台帳 1 1 a、1 1 b、1 1 c の更新を 1 度の操作で更新するようにして商品台帳 1 1 a、1 1 b、1 1 c のメンテナンスを行うことができるのである。

【0077】次に、流通メンテセンター 3 において作成されている各店舗 1 の商品台帳 1 1 c に基づいて、個々の店舗 1 と他の店舗 1 とで売れた商品及びその価格を月

毎に羅列した売筋商品診断表を作成する。

【0078】売筋商品診断表は、図 4 及び図 5 に示すように、商品の分類、例えば「醤油」、「味噌」、「食酢」、「ソース」等のジャンルに分け、その中でそれぞれの商品の売れ筋をリストアップしたものであり、売上げ順位、商品名称、商品コード、売上比、売価（最高価格、平均価格、最低価格、御社価格）、原価（最高価格、平均価格、最低価格、御社価格）、荒利率（%）

（最高、平均、最低、御社）の項目を売り上げ順位に羅列したものである。

【0079】そして、所定の地域、例えば関東地区を所定の数に分割した分割地域での各分類の各商品毎の売り上げ順位を表示し、且つこの分割地域に存在する店舗 1 の売り上げ順位も表示するようにする。同時に売り上げ順位による価格も表示するようにして、当該店舗 1 の価格とその分割地域での価格との対比もできるようにしてある。

【0080】この売筋商品診断表は、所定期間、好ましくは月単位で印刷等して表示すると、その月における個々の商品の売れ筋の把握、即ち、当該店舗 1 における各商品の売筋情報と、当該店舗 1 が存在する分割地域における商品の売筋情報を比較対照して、個々の商品の売れ筋を分析することができる。又、将来に向かった商品の発注及び分割地域でのみ特に売れている商品を発掘することができると共に、在庫を最小限にした適正数量の商品の発注及び販売を可能にする。

【0081】

【発明の効果】上記説明したように、本発明に係る商品流通システムは、オープン価格時代において、分割地域で販売されている商品の売筋情報とこの分割地域内における当該店舗の売筋情報を比較対照するようにしたことにより、いわゆる売れる商品を適正な量だけ適正価格で店頭に並べることができる。

【0082】又、新商品の登録を J A N コードからなる商品情報を蓄積してある J A N マスターを利用して検索するようにしたことにより、商品の漢字名称等の煩雑なデータの入力を簡略化することができる。

【0083】更に、新商品の登録は、J A N コードのメーカーコードを利用して、少なくとも 1 個の商品を登録しておき、このメーカーからの他の商品の発注ができるようにしたことにより、例え商品台帳等に新商品がない場合でも、登録を極めて円滑に行うことができる。

【0084】そして、登録する新商品が商品台帳にない場合には、他の小売業者や本部及び店舗の商品台帳にある同一商品情報を利用して登録するようにしたことにより、特に新商品の登録をシステム全体で 1 度だけ行えば、その商品情報を有効に利用することができ、新商品の登録が極めて円滑に行えると云う効果がある。

【0085】又、新商品の発売元であるメーカー側で一度だけ J A N コードを入力すれば、当該データは V A N

業務で必要とする本部や小売業者は自動的にこの J A N コードをコピー等して使用することができるようになる。ここには P O S 用の短縮名称や棚ラベル用の漢字名称も自動的に出力させる、いわゆる P O S との一元化を図ることが可能になり、メーカーの発売日より実際に商品販売のための本部、小売側の事前準備作業は大幅に削減され、消費経済上からも大きな利益となる。

#### 【図面の簡単な説明】

【図 1】本発明に係る流通 V A N システムの全体図である。

【図 2】同新商品の登録から商談、発注までの流れをブロック図で示した説明図である。

【図 3】同商談から発注をブロック図で示した説明図である。

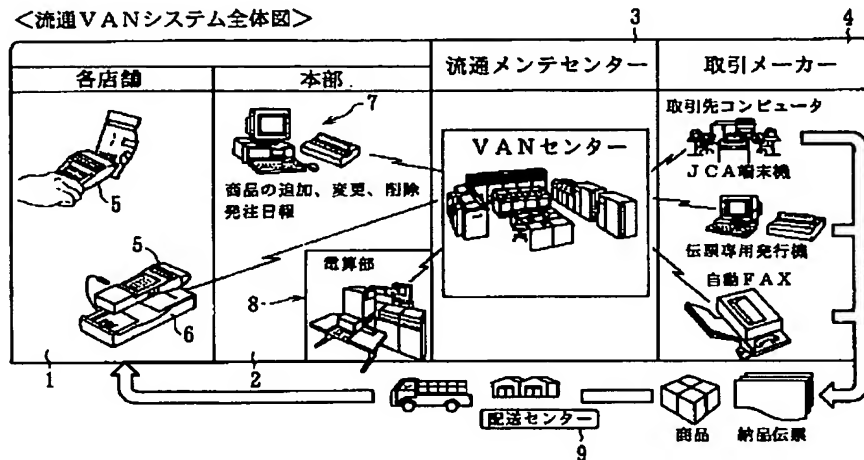
【図 4】同売筋商品診断表を印刷したものの一部抜粋した表である。

【図 5】同売筋商品診断表を印刷したものの一部抜粋した表である。

#### 【符号の説明】

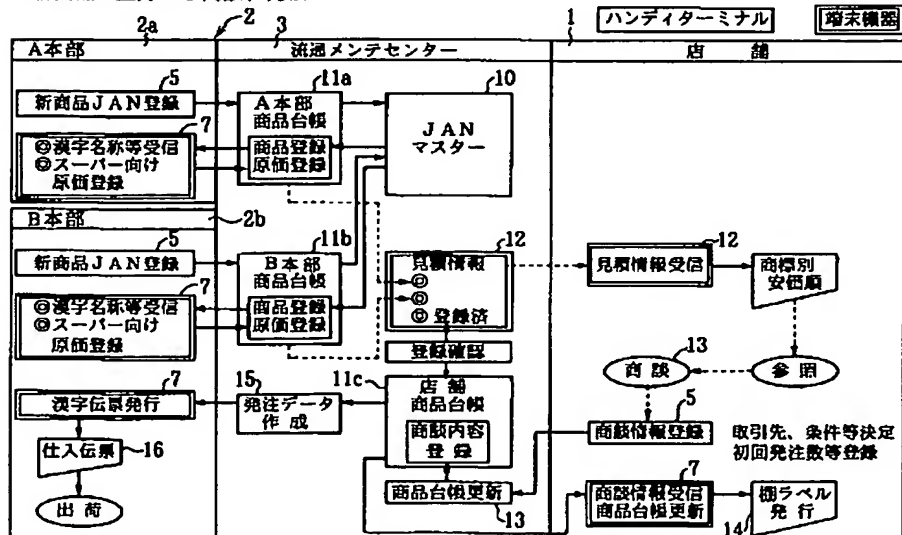
1 ; 店舗、2 ; 本部、3 ; 流通メンテセンター、4 ; 取引メーカー、5 ; ハンディターミナル、6 ; 通信ユニット、7 ; 端末機器、8 ; 電算部、9 ; 配送センター、10 ; J A N マスター、11 a ; A 本部商品台帳、11 b ; B 本部商品台帳、12 ; 見積情報、13 ; 商談情報、14 ; 棚ラベル発行、15 ; 発注データ、16 ; 仕入伝票、17 ; 問い合わせ、18 ; 確認リスト、19 ; 確認リスト、20 ; 特売伝票、21 ; 定番伝票、22 ; 問い合わせ確認表示

【図 1】



【図 2】

#### <新商品の登録から商談、発注まで>



[illegible]



【図 5】

96年12月度 関東版		ページ: 1	
分類: (		一 醤油	
地区 商社	商 品 名 称	商品コード	原高 平均 最低 御社 最高 平均 最低 御社
1	2 キヨコマン キヨコマン こいくち醤油 マンパック 11	4901515111150	267 233 195 248A 37 13 13.9
2	3 キヨコマン キヨコマン 特選大豆しょうゆ 11	4901515111512	358 316 263 346A 31 15 1 19.5
3	26 ヒガシマル醤油 ヒガシマル 本印旗口醤油 パック 11	4902475111310	267 232 195 256A 27 13 8 19.5
4	4 キヨコマン キヨコマン 減塩醤油 11	4901515116698	376 327 300 344A 30 21 8 24.9
5	1 キヨコマン キヨコマン しょうゆ パック 11	4903001011470	267 221 180 215 38 16 4 11.7
6	▲ キヨコマン キヨコマン 特選大豆醤油しょうゆ 11	4901515113048	420 373 338 317 8
7	13 キヨコマン キヨコマン しょうゆ マンパック 11	4901515112713	267 246 210 255A 32 17 1 19.8
8	10 キヨコマン キヨコマン こいくち マンパック 500ml	4901515111136	164 149 122 149 38 19 13 20.7
9	▲ キヨコマン キヨコマン こいくち醤油 ペット 1.8l	4901515110207	448 400 350 28 20 6
10	6 キヨコマン キヨコマン 青大豆の味しょうゆ 11	4903001012101	388 348 295 368A 38 21 7 21.4
11	7 キヨコマン キヨコマン 特選醤油 マンパック 11	4901515114854	325 313 290 313 29 18 19.3
12	▲ ワダカン食品工 和田寛 グローバル正油 H. P 1.8l	4903636112177	245 203 200 14 6 2
13	▲ キヨコマン キヨコマン かけしょうゆ さしあめ 1.8l	4970498189500	860 801 800 24 23 18
14	▲ キヨコマン キヨコマン しょうゆ パック 11	4901515112287	284 260 220 30 19 13
15	▲ キヨコマン キヨコマン しょうゆ パック 11	4903001014822	320 280 240 32 20 18
16	▲ キヨコマン キヨコマン しょうゆ パック 11	4903636114645	320 267 230 280A 32 19 13 28.6
17	▲ キヨコマン キヨコマン しょうゆ パック 11	4901515113055	228 213 186 35 22 16
18	▲ キヨコマン キヨコマン 減塩醤油 ペット 1.8l	4903001011241	367 325 238 367A 48 21 13 19.9
19	▲ キヨコマン キヨコマン しょうゆ パック 1.8l	4901515110214	448 398 350 28 7
20	▲ キヨコマン キヨコマン しょうゆ パック 1.8l	4970246100450	175 170 165 43 43 43
21	▲ キヨコマン キヨコマン しょうゆ パック 1.8l	4901515214516	320 280 240 32 20 18
22	▲ キヨコマン キヨコマン しょうゆ パック 1.8l	4902475111510	168 151 135 24 18 11
23	▲ キヨコマン キヨコマン しょうゆ パック 1.8l	4902412130404	307 298 289 47 46 47
24	▲ キヨコマン キヨコマン しょうゆ パック 1.8l	4965249100118	450 445 438 27 25 21
25	▲ キヨコマン キヨコマン しょうゆ パック 1.8l	4903001013290	432 367 345 28 18 13
26	▲ キヨコマン キヨコマン しょうゆ パック 1.8l	4901515110238	267 238 210 24 18 10
27	▲ キヨコマン キヨコマン しょうゆ パック 1.8l	4901515114779	560 532 503 24 21 11
28	▲ キヨコマン キヨコマン しょうゆ パック 1.8l	4903636114867	125 113 110 30 26 26